

ABSTRAK

Tingginya minat dalam berbelanja secara daring di Indonesia mendorong terciptanya Shopee Affiliate Program sebagai strategi komunikasi pemasaran dari Shopee. Penggunaan tautan afiliasi Shopee pada ulasan produk kecantikan banyak ditemukan di akun autobase @ohmy_beautybank. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas sumber e-WOM dalam ulasan produk kecantikan memuat tautan afiliasi Shopee terhadap kepercayaan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling digunakan dalam pengambilan sampel penelitian. Sejumlah 400 responden diperoleh melalui perhitungan sampel rumus Slovin. Instrumen penelitian telah teruji validitas dan reliabilitas dan data dianalisis menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas sumber e-WOM pada ulasan produk kecantikan memuat tautan afiliasi Shopee dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen secara positif dan signifikan. Hasil uji korelasi sebesar 0.827 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel kredibilitas sumber e-WOM sebanyak 68% dan sisanya sebesar 32% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoritis bagi literatur akademik dan secara praktis bagi pengguna afiliasi Shopee dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: *Affiliate Marketing, Consumer Trust, E-WOM Source Credibility, Shopee*